

Marketing

Quest CM

Nowoczesny marketing i sprzedaż w omnichannel

jak kreować i realizować strategię oraz
podnosić efektywność działań marketingu
i sprzedaży w turbulentnej rzeczywistości?

Warsztaty ONLINE 4x4h



Najczęściej wymienianymi przez menedżerów firm wyzwaniami w obszarach marketingu i sprzedaży są niezmiennie pytania:

- Jak spozycjonować swoją firmę, markę, produkt, aby być konkurencyjnym na zmiennym rynku?
- Jak komunikować się z Klientem, aby chciał słuchać, zaufał, kupić i być lojalny
 - kupował dalej i polecał?
- Jak zorganizować współpracę sprzedaży i marketingu, aby uzyskać maksymalną efektywność i przełożenie na decyzje zakupowe Klienta, a w efekcie wzrost przychodów?

Program interaktywnych warsztatów marketingowych, w sposób bardzo praktyczny, odpowiada na te i wiele innych kluczowych pytań.

Jeśli w swojej organizacji słyszysz:

- Byliśmy najlepsi, ale nasza konkurencja wymyśliła „nowość” i jest krok do przodu...
- Wciąż mam problem, jak przy tylu kanałach komunikacji i sprzedaży, wybrać te najbardziej efektywne...
- Nie wiem już, co robić, żeby dział sprzedaży dobrze współpracował z marketingiem, ciągle się kłóć...

...to właśnie ten program jest dla Ciebie i Twoich menedżerów.

Uważasz, że w dynamicznie zmieniającej się, niepewnej rzeczywistości rynkowej, niezbędna jest ścisła współpraca i spójna strategia marketingu i sprzedaży?

Myślisz, że skuteczne wdrażanie strategii i stałe jej doskonalenie oraz poszukiwanie innowacyjnych przewag konkurencyjnych są istotne?

// Nowoczesny marketing i sprzedaż w omnichannel //

to dynamiczny program rozwojowy, a nie klasyczne szkolenie.

Program został opracowany i jest prowadzony przez najwyższej klasy eksperta, wieloletniego praktyka biznesu, doradcę i mentora liderów.

W warsztacie przewidziane są:

- Szereg analiz studiów przypadku,
- Praktyczne ćwiczenia,
- Metodologie,
- Konkretnie narzędzia do wykorzystania od zaraz.

Dla kogo?

- Kadry zarządzającej przedsiębiorstwami;
- Kadry menedżerskiej średniego szczebla;
- Dyrektorów i kierowników działów marketingu;
- Dyrektorów i kierowników działów sprzedaży;
- Specjalistów w działach marketingu i sprzedaży;

CZEGO SIĘ NAUCZYSZ?

- Jak pozycjonować markę i produkt tak, aby uzyskać realną, długofalową przewagę konkurencyjną.
- Jak kreować i opracować strategię marketingową i operacyjne plany działania oraz jak je skutecznie wdrażać.
- Jak opracować marketing mix dla produktu i jak z niego korzystać w praktyce (5P vs 5C).
- Jak badać i analizować zmieniające się nawyki zakupowe, doświadczenia i zmieniające się potrzeby Klientów.
- Jak budować wiarygodny wizerunek marki w Internecie oraz nowych i klasycznych mediach.
Jakie wynikają z tego szanse i zagrożenia.
- Jak optymalizować procesy i uzyskiwać synergię marketingu i sprzedaży oraz dynamicznie zwiększać przychody.
- Jak mierzyć efektywność działań marketingowych i optymalizować marketing mix.
- Jak budować i wzmacniać content marketing i budować zaufanie Klientów.
- Jak komunikować się z rynkiem, aby sprzedawać bez sprzedaży.
- 15 złotych zasad dotyczących optymalizacji współpracy między sprzedażą i marketingiem.

CO ZYSKASZ?

- Optymalne wykorzystanie budżetów marketingowych, przekładające się na wzrost sprzedaży.
- Poznasz metody skutecznego pozycjonowania Twojej marki i produktu w głowach i sercach klientów.
- Praktyczne narzędzia do planowania strategii marketingowej: m. in.: analiza SWOT/TOWS, analiza konkurencji, marketing-mix, kreowanie USP, pozycjonowanie.
- Najskuteczniejsze metody optymalizacji współpracy sprzedaży z marketingiem.
- Widoczny wzrost zainteresowania Twoich potencjalnych Klientów ofertą, przekładający się na lepsze wyniki sprzedaży.
- Większy spokój w zmiennej, turbulentnej codzienności biznesowej.

Program „**Nowoczesny marketing i sprzedaż w omnichannel**” zaprojektowany jest jako zajęcia online 4x4h.

ZAGADNIENIA PROGRAMU:

Sesja 1

Wprowadzenie: definicje, proces marketingowy, ekonomia chaosu

I. Otoczenie rynkowe – analiza i wnioski

- Analiza otoczenia rynkowego – metody i formaty
- Segmentacja rynku i wybór kluczowej grupy docelowej
- Opracowanie profilu grupy docelowej oraz osoby/awatara klienta

II. Strategia marketingowa – fundament działania

- Wizja, misja, wartości – filary budowania strategii i kultury organizacyjnej
- Marka – wizualizacja (budowanie logo, slogo oraz ich wykorzystywanie)
- Analiza SWOT/TOWS bazą do założeń strategicznych
- Marketing mix (5P) podstawą do budowania strategii marketingowej i planów działania dla poszczególnych kategorii i produktów

Sesja 2

III. Pozycjonowanie – kluczowy etap procesu komunikacji marketingowej

- Niezbędne elementy pozycjonowania – klienci, ich potrzeby i potencjał; konkurencja i ich przewagi; produkt i jego atrybuty – wypracowywanie USP
- Jak pozycjonować markę/produkt, aby nie pozwolić wyprzedzić się konkurencji
- 5 złotych zasad pozycjonowania marki

IV. Proces i plany marketingowe – jak uzyskać synergię

- Metody tworzenia i wdrażania planów marketingowych (segmenty czy kategorie?)
- Planowanie i mapowanie procesu sprzedażowego ze ścieżką zakupową Klienta i komunikacją marketingową
- Mapowanie procesu sprzedażowego z kluczowymi funkcjami marketingu

Sesja 3

V. Język korzyści i storytelling – jak mówić, aby klient chciał słuchać

- Język korzyści – jak mówić (WII FM)
- Kreowanie historii firmy na potrzeby komunikacji do rynku
- Pitchowanie – w skrócie o nas na potrzeby sprzedażowe
- Metoda opracowywania algorytmów do obiekcji klientów

VI. Metodologia współpracy sprzedaż-marketing – 15 zasad

- Kompetencje i role działów sprzedaży i marketingu
- Jak uzyskiwać efekty synergii i skutecznie realizować cele we współpracy sił sprzedażowych z marketingiem
- Praktyczne narzędzia do wdrożenia (dwie połówki jabłka)

Sesja 4

VII. Kanały komunikacji marketingowej off-line i on-line

- ATL vs. BTL i off-line vs. on-line – współczesne podziały
- Zmiana paradygmatu – fokus z produktu na Klienta i jego ostateczną satysfakcję
- Zmiana kanałów komunikacji – od off-line do on-line czy niestandardowy mix
- Marketing bezpośredni w omnichannel – współczesne optimum komunikacji
- Zagrożenia wynikające z błędów marketingowych w kanałach digital – jak ich unikać
- Jak budować markę w Internecie – tanio i skutecznie (wizytówka i komunikatory)
- Content marketing w digitalu – najskuteczniejsza metoda budowania zaufania klienta i prospekta

— prowadzący

Luiza Woźniak



Twórca i Dyrektor Zarządzający firmy consultingowej Perfect Ideas, interim manager, doradca liderów, wykładowca wyższych uczelni, praktyk biznesu, z ponad 25 letnim stażem. Ekspert BCC w obszarze ewaluacji i optymalizacji biznesu. Specjalizuje się w obszarach: przywództwo i zarządzanie, marketing i sprzedaż, kapitał ludzki i kultura organizacyjna, skuteczność. Doświadczony menedżer zarządzający firmami i ich obszarami w koncernach międzynarodowych i polskich przedsiębiorstwach.

Wprowadzała na polski rynek firmy i nowe marki, odnosiła sukcesy w negocjacjach międzynarodowych oraz sprzedaży B2B i B2C. Niemal 10 lat kierowała spółką Europress, budując jej pozycję lidera na polskim rynku. Doświadczony konsultant w zakresie optymalizacji biznesu w wielu branżach. Od ponad 15 lat wspiera liderów i ich zespoły w rozwoju własnym i ich biznesu.



Marketing

Quest CM



KONTAKT

+48 (22) 40 99 333
kontakt@questcm.pl

Warszawa 01-042
ul. Okopowa 56
lok. 218

Quest CM Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.A.